

MENINGKATKAN DAYA GUNA PERS SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ANTARA SEKOLAH DAN MASYARAKAT

Oleh
B. Suryosubroto

Abstrak

Sekolah sebagai lembaga pendidikan di dalam melaksanakan tugas dan fungsinya tidak mungkin melepaskan diri tanpa berkomunikasi dengan masyarakat. Kegiatan demikian disebut publisitas sekolah. Pers sebagai media komunikasi (publisitas) mempunyai peranan yang amat penting karena ia memiliki fungsi menyiarkan informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur dan fungsi mempengaruhi dalam masyarakat. Oleh karena itu sekolah sangat perlu meningkatkan daya guna pers tersebut untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Beberapa bentuk kegiatan yang dapat dilakukan melalui pers ialah:

1. Press Release (pernyataan melalui pers).
2. Menulis dan mengirim berita pendidikan.
3. Menulis dan mengirim artikel pendidikan.
4. Menulis dan mengirim "Pikiran Pembaca" yang relevan dengan masalah persekolahan.
5. Memasang pengumuman sekolah.

Agar komunikasi melalui pers menjadi lebih efektif maka 4 ciri pers: publisitas, periodisitas, universalitas dan aktualitas memang harus diperhatikan oleh pihak sekolah.

I. PENGANTAR

Sekolah sebagai Lembaga Pendidikan di dalam melaksanakan tugas dan fungsinya tidak mungkin melepaskan diri tanpa berhubungan atau berkomunikasi dengan masyarakat.

Hubungan atau komunikasi dengan masyarakat ini amat penting apabila mengandung makna tertentu yakni dilakukan dalam rangka usaha-usaha sekolah untuk menanamkan pengertian yang baik pada masyarakat sehingga dapat diharapkan timbulnya partisipasi positif terhadap sekolah sehingga aktivitas sekolah dapat berjalan lebih lancar.

Dalam praktek kehidupan sekolah maka usaha-usaha untuk penanaman pengertian yang baik pada masyarakat tersebut dapat direalisasikan melalui pelbagai bentuk kegiatan nyata yang dilakukan

baik oleh Kepala Sekolah, Guru, Karyawan maupun oleh murid - murid sendiri. Kegiatan-kegiatan demikian dalam arti luas biasanya disebut *publisitas sekolah*.

Kegiatan publisitas yang berhasil, ditandai dengan timbulnya partisipasi yang aktif dari masyarakat, sehingga tidak jarang terjadi sekolah yang bersangkutan akan memperoleh bantuan keuangan, tenaga, dan fasilitas lainnya. Ini berarti ikut membantu kelangsungan hidup sekolah yang bersangkutan.

Pada dasarnya pengertian dan simpati antara sekolah dan masyarakat dapat diperoleh dan ditingkatkan dengan menciptakan komunikasi yang lancar dan bersifat timbal balik antara sekolah dan masyarakat, terutama dengan publik yang langsung berhubungan dengan sekolah seperti orang tua murid, masyarakat setempat dan sesama sekolah lain.

Komunikasi yang timbal balik tersebut dapat dilaksanakan dengan melalui perantaraan media. Salah satu media yang sangat penting dewasa ini yang bisa dan perlu dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pihak sekolah adalah pers.

Tertarik pada kenyataan ini maka perlu diketengahkan suatu pembahasan bagaimana meningkatkan daya guna pers sebagai media komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Kita menduga bahwa melalui pers sekolah mampu menciptakan komunikasi yang efektif dengan masyarakat.

II. PERS DAN FUNGSINYA

1. Penegasan/Pembatasan Pengertian Pers

Pada kesempatan ini kami sengaja membatasi pengertian pers dalam arti khusus, yakni pers dalam arti *media massa tercetak* (printed mass media); walaupun dalam arti luas pers meliputi pula media masa elektronik (electronic mass media). Sejalan pula dengan apa yang dikemukakan oleh Dr. Astrid dalam bukunya *Komunikasi Kontemporer* (1977 : 97) bahwa pada umumnya kalau berbicara mengenai pers sebagai media massa tercetak, ialah dalam pengertian sempit yakni yang disebut *surat kabar*.

Selain itu dalam Undang-undang No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok pers, disebutkan pula yang dimaksud

dengan pengertian pers, yakni terdapat pada ketentuan umum pasal 1 sebagai berikut:

"Pers adalah lembaga kemasyarakatan yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa yang bersifat umum, berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya, diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan, alat-alat foto, klise, mesin-mesin stensil atau alat-alat teknik lainnya".

Jadi menurut Undang-undang tersebut pers diartikan pula sebagai media komunikasi massa tercetak.

Demikianlah untuk pembahasan berikutnya pengertian pers kami pertegas sebagai media komunikasi massa tercetak dan menghusus pada surat kabar.

2. Ciri-ciri Pers

Pers yang dalam pengertian sempit adalah surat kabar memiliki beberapa ciri sebagai berikut:

a. *Publisitas*

Publisitas mengandung arti penyebaran informasi kepada publik atau khalayak. Oleh karena itu sifat surat kabar adalah umum dan isinyapun terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum.

b. *Periodisitas*

Yang dimaksud periodisitas adalah keteraturan dalam penerbitan. Surat kabar mungkin terbit satu kali sehari.

c. *Universalitas*

Universalitas berarti kesemestaan dalam hal isi dan bersumber dari seluruh dunia. Dengan kata lain surat kabar memuat segala aspek kehidupan manusia.

d. *Aktualitas*

Aktualitas mengandung makna bahwa segala informasi atau pemberitaan yang dimuat dalam surat kabar merupakan laporan peristiwa yang baru terjadi. Oleh karena itu yang terpenting adalah kecepatan laporan tanpa mengesampingkan pentingnya kebenaran berita.

Disamping itu beberapa upaya yang ditempuh oleh redaktur

surat kabar agar lebih menarik bagi banyak orang maka di dalamnya kita jumpai pula cerita bersambung, cerita bergambar, artikel yang menarik, teka-teki silang dan sebagainya.

3. Fungsi Pers

Dalam bukunya "Komunikasi dalam Teori dan Praktek" (1977:23) Dr. Astrid mengungkapkan bahwa fungsi pers disamping menyiarkan informasi, juga mendidik, memberi hiburan dan mampu memberikan pengaruh kepada khalayak untuk melakukan kegiatan tertentu.

Kiranya perlu ditambahkan sedikit keterangan sebagai berikut:

a. Fungsi menyiarkan informasi

Fungsi ini adalah utama. Melalui surat kabar orang bisa memperoleh informasi tentang berbagai peristiwa.

b. Fungsi mendidik

Fungsi ini merupakan fungsi kedua. Surat kabar sebagai sarana pendidikan massa (mass education) memuat tulisan-tulisan yang berisi pengetahuan.

Fungsi mendidik secara implisit adalah dalam bentuk berita, cerita bersambung, cerita bergambar, dan sebagainya. Sedangkan secara eksplisit melalui bentuk artikel dan tajuk rencana.

c. Fungsi menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (hard news) dan artikel-artikel yang berbobot.

Isi yang menghibur ini dapat berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, ruang pojok, karikatur dan sebagainya.

d. Fungsi mempengaruhi

Dalam kehidupan masyarakat fungsi ini amat penting. Dengan berpangkal dari fungsi ini pula surat kabar dapat membangkitkan gairah masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam suatu kegiatan. Demikian pula dalam kegiatan bidang pendidikan.

Seperti halnya fungsi mendidik tersebut, maka fungsi mempengaruhi secara implisit terkandung pada berita, dan secara eksplisit terdapat pada artikel dan tajuk rencana.

Dalam bidang usaha (bisnis) fungsi mempengaruhi ini terdapat pada iklan.

III. PERS SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

1. Berlangsungnya Komunikasi

Pers sebagai media komunikasi tergolong media visual. Media visual adalah media publisitas yang dipergunakan untuk berkomunikasi dengan publik, yang mana pesan-pesan (message) yang disampaikan dapat diterima melalui indera mata. Diungkapkan oleh Ibnu Syamsi (1969 : 21) bahwa sebelum kantor berita, radio maupun televisi menjadi media pengumpulan dan penyebar berita, pengertian Pers satu-satunya adalah surat kabar.

Surat kabar yang pada mulanya hanya berbentuk surat berita (news letter) atau pamflet itu pada akhir abad 19 sudah menjadi media penerangan, adpertensi, opini dan hiburan. Demikianlah pada perkembangannya yang terakhir surat kabar mampu menyajikan data yang menarik bagi para pembacanya, sehingga surat kabar merupakan media komunikasi massa yang kehadirannya diterima oleh masyarakat (acceptable).

Pada dasarnya komunikasi massa adalah penyiaran informasi gagasan dan sikap kepada komunikan yang berbagai ragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

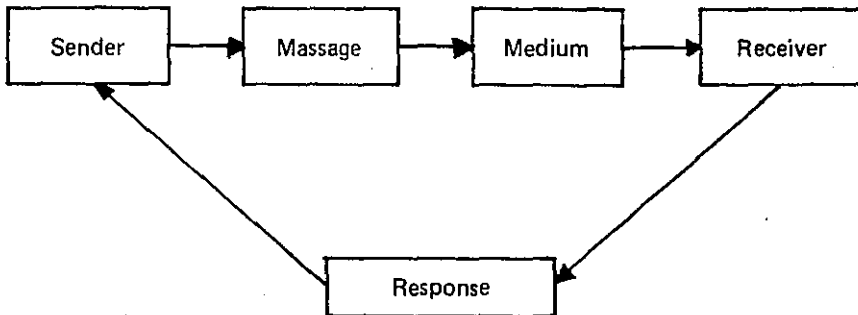
Melakukan komunikasi massa lebih sukar daripada komunikasi antar pribadi karena seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada banyak orang, tidak akan bisa mengharapkan tanggapan mereka secara pribadi.

Dalam bukunya "Dasar-dasar Public Relations" Oemi Abdurachman MA (1971 : 29) menyimpulkan bahwa ada lima unsur yang perlu ada dalam proses komunikasi, yaitu:

- 1). *Sender* : adalah pihak yang melaksanakan pengiriman pesan-pesan atau berita, disebut juga komunikator.
- 2). *Message* : ialah pesan-pesan atau informasi yang hendak disampaikan kepada pihak lain.
- 3). *Medium* : adalah sarana penyaluran pesan-pesan tersebut (media).
- 4). *Receiver* : adalah pihak penerima pesan-pesan atau informasi disebut juga komunikan.
- 5). *Response* : ialah tanggapan atau reaksi komunikan terhadap pesan-pesan atau informasi yang ia terima dari pihak komunikator.

Komunikasi yang memperhatikan pentingnya response biasa dikatakan sebagai komunikasi timbal balik atau komunikasi dua arah.

Berlangsungnya komunikasi dua arah, kiranya dapat dibuat skemanya sebagai berikut:



Dalam hal ini pers khususnya surat kabar sebagai unsur media, jelas merupakan media komunikasi massa. Seseorang yang akan menggunakan media komunikasi massa sebagai sarana untuk berkomunikasi perlu memahami terlebih dahulu beberapa karakteristik media komunikasi massa yakni sebagai berikut:

1). *Komunikasi Massa bersifat umum*

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Media massa tidak akan disebut lagi media massa apabila ia dipergunakan untuk keperluan pribadi atau dalam lingkungan organisasi yang tertutup.

2). *Komunikasi bersifat heterogen*

Dalam komunikasi massa terdapat sejumlah besar komunikan yang terdiri atas individu-individu yang heterogen baik dari segi tempat tinggal, pekerjaan, kondisi ekonomis, pendidikan maupun pengalamannya. Demikian pula dengan kebudayaan yang aneka ragam serta berasal dari berbagai lapisan masyarakat, maka timbul pula perbedaan dalam kepentingan.

3). *Media massa menimbulkan keserempakan*

ialah keserempakan kontak dengan pihak komunikator walaupun komunikan berada dalam tempat yang terpisah.

4). *Hubungan komunikator-komunikan bersifat non pribadi*

Sifat non pribadi ini akibat dari teknik penyebaran pesan yang bersifat massal dan sifat komunikasi massa itu sendiri yang harus bersifat umum.

2. **Faktor Penunjang Komunikasi yang Efektif**

Pers Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila pihak komunikator dapat mengetahui dan efek yang akan terjadi pada pihak komunikan. Dengan kata lain komunikator mampu meramalkan tanggapan apa yang akan timbul pada komunikan terhadap pesan-pesan yang disampaikan kepadanya.

Dalam hubungan ini Onong U. Effendi MA (1981 : 37) mensitir pendapat seorang ahli komunikasi terkenal Wilbur Schramm tentang apa yang disebut "the condition of success in communication", yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki.

Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Dengan memperhatikan syarat tersebut jelaslah mengapa para expert komunikator memulai dengan meneliti sedalam-dalamnya tujuan komunikan dan mengapa "know your audience" merupakan ketentuan utama dalam komunikasi. Sebabnya ialah karena penting sekali mengetahui:

- timing (saat) yang tepat untuk suatu pesan
- bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat mengerti
- sikap dan nilai yang harus ditampilkan agar efektif
- jenis kelompok kepada siapa komunikasi akan dilakukan.

Demikian efektivitas komunikasi dilihat dari komponen pesan. Ditinjau dari komponen komunikan seseorang dapat dan akan menerima sebuah pesan hanya kalau terdapat empat kondisi berikut ini secara simultan:

- a. Ia dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi.
- b. Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya.
- c. Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya.
- d. Ia mampu untuk menempatkannya baik secara mental maupun secara fisik.

Demikianlah Pers sebagai media komunikasi perlu memperhatikan beberapa kondisi penunjang tersebut. Dalam hal ini surat kabar memang sangat relevan memperhatikan soal menarik tidaknya bahan informasi yang dimuat bagi para pembacanya, apakah bahasanya cukup komunikatif artinya mudah dipahami banyak orang, apakah saat (timing) penyiarannya tepat dan apakah isi pesan (message) bersangkutan dengan kepentingan pribadi para pembacanya.

IV. BEBERAPA BENTUK KEGIATAN KOMUNIKASI SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT YANG BISA DILAKUKAN MELALUI PERS

Dalam rangka meningkatkan daya guna Pers sebagai media komunikasi sekolah dengan masyarakat, maka ada beberapa bentuk kegiatan yang perlu dan bisa dilakukan, yakni sebagai berikut:

1. "Press Release"

Yang dimaksud dengan "Press Release" ialah penyusunan bahan-bahan informasi atau pernyataan-pernyataan oleh lembaga/-organisasi, yang kemudian dikirimkan kepada Pers dengan maksud untuk disiarkan agar bisa diketahui oleh masyarakat luas khususnya para pembaca.

Suatu "Press Release" biasanya berisi uraian tentang keadaan lembaga/organisasi, keterangan-keterangan yang menyangkut eksistensinya, dan sikap-pandangannya terhadap sesuatu masalah yang relevan atau menyangkut kepentingan lembaga. Oleh karena itu "Press Release" bukanlah berita yang dituntut dengan syarat-syarat khusus dalam hal tata cara penulisannya.

"Press Release" sebagaimana telah diuraikan tersebut dapat digolongkan dalam jenis kegiatan publisitas. Kegiatan publisitas ini pada hakekatnya adalah usaha penampilan (presentasi) lembaga/organisasi di hadapan publiknya. Pengenalan terhadap lembaga/organisasi melalui media, diharapkan akan memperoleh tanggapan positif dari masyarakat pada umumnya, dan khususnya publik yang bersangkutan. Sedangkan tanggapan positif akan menjadi landasan awal munculnya partisipasi aktif dari kalangan masyarakat. Sekarang yang perlu dipertanyakan ialah "mungkinkah sekolah-sekolah menyusun "Press Release" untuk kepentingan publisitas sekolah itu?

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan pada sekolah-sekolah Laboratori IKIP Yogyakarta (Dra. Hartati dkk, 1974) ternyata menyusun dan mengirim "Press Release" dapat dilakukan dan ditangani oleh Kepala Sekolah atau guru yang ditunjuk. Bahkan dengan melalui pembinaan oleh pihak atasan, sekolah telah mampu menyusun secara keseluruhan program tahunan penyelenggaraan publisitas tersebut.

Rupanya keberhasilan lembaga/organisasi dalam kegiatan "Press Release" itu banyak sedikitnya dipengaruhi oleh hubungan lembaga dengan pihak pers itu sendiri.

Sehubungan dengan ini M. Wonohito (almarhum), Pemimpin Surat Kabar "Kedaulatan Rakyat" di Yogyakarta pernah memberikan saran-saran dan pandangannya yang positif. Menurut M. Wonohito (KR, 7 Nopember 1977) tugas-tugas atau kegiatan yang berhubungan dengan Pers dapat dilaksanakan oleh Lembaga/Organisasi antara lain melalui:

Keterangan lisan, release, siaran radio dan televisi. Pada titik ini hubungan langsung dengan media komunikasi massa itu terjadi. Orang-orang pers menuntut pendekatan (approach) yang enak, supel, sopan dari pihak luar termasuk sekolah.

Selanjutnya M. Wonohito mengemukakan ancar-ancar (pedoman) berhubungan dengan pers antara lain sebagai berikut:

- 1) Orang luar (instansi, petugas humas) jangan memaksa agar releasenya dimuat dalam surat kabarnya, apalagi ditambah dengan syarat harus dimuat lengkap.
- 2) Penulisan release tidak usah ada kata-kata yang digaris di bawahnya.

- 3) Release tidak usah dikatakan "persclaar" (siap dicetak).
- 4) Bahasa release hendaknya: ringkas, jelas, mudah dipahami oleh semua orang (komunikatif), dan dihindari kata-kata yang tidak perlu.

Adapun bahan-bahan "Press Release" dari sekolah dapat bersumber antara lain di sekitar masalah:

- 1) Penyusunan kalender akademik.
- 2) Program kerja jangka pendek dan panjang.
- 3) Berbagai pemikiran (gagasan untuk pengembangan sekolah baik kurikuler maupun non kurikuler).
- 4) Himbauan-himbau dari sekolah yang tertuju kepada pihak manapun juga.

2. Menulis dan mengirim berita pendidikan

Definisi tentang apa yang disebut berita (news) terdapat pada beberapa literatur yang satu sama lain ternyata berbeda disebabkan karena perbedaan sudut pandangan. Kebanyakan berita didefinisikan sebagai laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung daya tarik atau penting bagi sejumlah orang. Sehubungan dengan itu yang dimaksud dengan berita pendidikan di sini ialah berita yang bersumber dari sekolah meliputi segala kejadian atau fakta yang berkaitan dengan kegiatan pendidikan. Dalam rangka publisitas maka berita pendidikan harus dipilih yang mempunyai efek positif bagi sekolah yang bersangkutan. Dengan kata lain Kepala Sekolah harus selektif terhadap pengiriman pemberitaan mengenai sekolah yang dipimpinnya.

Beberapa kaidah yang perlu diperhatikan dalam penulisan berita ini antara lain:

- a. Berita adalah laporan tercepat (timely report). Yang dimaksud adalah bahwa berita yang disiarkan jangan tidak aktual lagi.
- b. Berita sebagai fakta obyektif; maksudnya bahwa isi berita merupakan laporan yang jujur.
- c. Berita sebagai rekaman peristiwa; maksudnya setiap berita hendaknya mempunyai nilai dokumenter yang penting.
- d. Berita sebagai interpretasi; maksudnya pemberitaan itu perlu dilengkapi dengan penjelasan latar belakangnya.

Dipandang dari teknis penulisan, maka berita pendidikan yang disusun oleh Kepala Sekolah atau petugas yang ditunjuk hendaklah

sedapat mungkin disesuaikan dengan pedoman umum penulisan berita yakni rumus $5 W + 1 H$.

Yang dimaksud dengan $5 W + 1 H$ adalah sebagai berikut:

- Who = siapa yang menjadi subyek pemberitaan
- What = apa yang terjadi (peristiwa apa)
- When = kapan peristiwa itu terjadi
- Where = dimana peristiwa itu terjadi
- Why = mengapa peristiwa itu terjadi (latar belakang kejadian)
- How = bagaimana peristiwa itu berlangsung.

Keterikatan dalam menggunakan rumus tersebut itulah yang menjadi pokok perbedaan antara berita dengan "Press Release".

Di dalam praktek menulis berita memang diperlukan latihan dan pengalaman tersendiri agar salah satu bentuk publisitas ini dapat berlanjut terus.

Adapun pokok-pokok materi/bahan informasi yang selayaknya menjadi bahan berita pendidikan dapat disebutkan di sini antara lain berita tentang:

- 1) *S i s w a*
 - a. hasil kenaikan kelas
 - b. hasil ujian akhir (EBTA)
 - c. data drop outs
 - d. keberhasilan dalam perlombaan olah raga, kesenian dan lain-lain
 - e. kepengurusan dan kegiatan OSIS
 - f. situasi minat baca dan sebagainya.
- 2) *G u r u*
 - a. keadaan formasi (kekurangan atau kelebihan)
 - b. pengangkatan guru baru dan mutasi
 - c. keberhasilan guru dalam suatu perlombaan.
- 3) *Kegiatan kurikuler (pendidikan)*
 - a. program kegiatan
 - b. kondisi fasilitas belajar mengajar
 - c. inovasi yang dilaksanakan
 - d. peranan BP 3 (Badan Pembantu Penyelenggara Pendidikan)
 - e. pelaksanaan ekstra kurikuler.

Demikianlah, sebenarnya masih banyak "moment" yang penting yang terdapat di sekolah yang patut diberitakan melalui pers agar lebih dikenal oleh publiknya untuk membangkitkan simpati. Perlu ditambahkan ialah bahwa berita dapat pula berupa foto kegiatan.

3. Penulisan dan pengiriman artikel Pendidikan

Yang dimaksud artikel pendidikan ialah uraian pendek tertulis yang sifatnya ilmiah-populer, dengan lingkup pada masalah-masalah yang berkaitan dengan masalah pendidikan.

Ditinjau dari segi tata tulisnya penulisan artikel lebih bebas daripada penulisan berita, hanya saja jumlahnya halaman perlu disesuaikan dengan permintaan pihak redaksi surat kabar yang bersangkutan. Di negara kita untuk surat kabar lokal (daerah) rata-rata tiga halaman folio dalam ketikan yang berjarak satu setengah spasi, sedang untuk surat kabar yang bertaraf nasional tentu lebih banyak. Bobot artikel tidak ditentukan oleh jumlah halaman, melainkan oleh signifikan dan aktualitasnya permasalahan yang dibahas untuk masa kini. Dari surat yang lain, ketentuan-ketentuan penulisan "Press Release" dapat digunakan dalam menulis artikel.

Sebenarnya penulisan artikel tidak mencerminkan komunikasi langsung antara sekolah dan publiknya, tetapi secara tidak langsung menghasilkan efek positif bagi nama baik sekolah yang bersangkutan.

Hal ini dimungkinkan jika penulis artikel tersebut mencantumkan nama dan asal sekolah (dimana ia bertugas atau belajar). Kepala sekolah dan guru diharapkan sering menulis dan mengirimkan artikel pendidikan dalam surat kabar.

4. Menulis dan mengirim "Pikiran Pembaca"

"Pikiran Pembaca" atau menurut S. Rochady (1970 : 203) disebut "Surat Pembaca" merupakan inti dari pendapat umum. Pikiran pembaca mencerminkan pendapat atau sikap/pandangan seseorang terhadap sesuatu hal, yang tertulis melalui ruangan khusus pada surat kabar. Apabila terjadi "pikiran pembaca" yang menunjukkan pertentangan yang tajam antara satu sama lain biasanya Redaksi Surat Kabar tidak memuatnya.

Menulis "pikiran pembaca" tidak ada ketentuan yang pasti, yang penting ialah harus jelas dan ringkas padat, mengingat amat terbatasnya ruang penyiaran.

Kepala Sekolah, Guru dan karyawanpun perlu mengambil manfaat pikiran pembaca tersebut dengan mengatasmakan sekolahnya demi kepentingan komunikasinya dengan masyarakat. Pikiran yang dikomunikasikan ini dapat berupa gagasan, sumbangan pikiran atau himbauan tentang sesuatu hal yang mendatangkan manfaat bagi sekolah, misalnya himbauan kepada wali murid agar lebih memperhatikan semangat belajar anak-anaknya, penjelasan mengapa seorang guru menghukum muridnya, mengingatkan adanya gangguan kesehatan umum di sekolah, dan sebagainya. Seringkali "pikiran pembaca" merupakan tanggapan atas pikiran pembaca yang lain atau tanggapan atas suatu pemberitaan. Dengan demikian komunikasi melalui Pers ini menjadi lebih efektif.

5. Pengumuman Sekolah

Pengumuman sekolah melalui pers adalah penyampaian in formasi (pemberitaan) yang dipandang sangat penting untuk segera diketahui bagi pihak yang bersangkutan. Pengumuman di kalangan pers bukanlah berita, sehingga isi pengumuman bukan menjadi tanggung jawab surat kabar. Oleh karena itu pihak yang menyiarkan pengumuman (misalnya: sekolah) dipungut biaya pemuatan.

Beberapa hal yang sering muncul sebagai pengumuman dari sekolah antara lain mengenai:

- a. Pernyataan kehilangan dokumen yang penting.
- b. Panggilan kepada seseorang untuk segera datang ke sekolah.
- c. Pendaftaran siswa baru yang diselenggarakan setiap awal tahun ajaran.
- d. Panggilan yang tergesa-gesa untuk mengikuti kegiatan ekstra kurikuler.
- e. Berita keluarga sekolah, baik suka maupun duka.

Ditinjau dari segi tata tulis, tidak ada aturan khusus untuk penulisan pengumuman sekolah tersebut. Yang pasti makin banyak makan tempat di surat kabar, makin besar pula biaya pemuatannya. Jadi suatu pengumuman dari sekolah sebaiknya ringkas, padat tetapi jelas.

Kadang orang menganggap pengumuman sekolah tersebut sebagai iklan atau adpertensi. Hal ini dapat dibenarkan sepanjang pengumuman itu tidak mengandung maksud-maksud komersil, sebagaimana dijelaskan oleh Ibnue Sjamsi (1969 : 57) bahwa iklan dapat bersifat instansional apabila berisi pengumuman-pengumuman dari instansi tersebut.

V. KESIMPULAN

Sebagai penutup uraian perlu kiranya disimpulkan beberapa hal yang penting sebagai berikut:

1. Pers dalam arti khusus yakni surat kabar adalah media komunikasi yang perlu dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk kepentingan publisitas sekolah, yakni kegiatan berkomunikasi antara sekolah dengan masyarakat terutama dengan publik yang langsung berhubungan dengan sekolah.
2. Fungsi pers sebagai penyiar informasi, mendidik dan menghibur serta mempengaruhi adalah fungsi-fungsi positif yang perlu dipandang sebagai sumber motivasi bagi sekolah untuk lebih men-dayagunakan pers sesuai dengan fungsinya bagi kepentingan sekolah.
3. Agar komunikasi melalui pers menjadi lebih efektif maka 4 ciri pers: publisitas, periodisitas, universalitas dan aktualitas harus diperhatikan benar-benar oleh pihak komunikan, termasuk pihak sekolah yang akan memanfaatkannya sebagai media.
4. Daya guna pers dapat ditingkatkan sebagai media komunikasi antara sekolah dan masyarakat, dengan jalan kelima bentuk kegiatan di bawah ini dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, yakni:
 - a. Menyusun "Press Release"
 - b. Menulis dan mengirimkan berita pendidikan
 - c. Menulis dan mengirimkan artikel pendidikan
 - d. Menulis dan mengirimkan "pikiran pembaca" atas nama sekolah
 - e. Memasang pengumuman/iklan sekolah.

DAFTAR BACAAN

Artrid S. Susanto, Dr.; *Komunikasi Kontemporer*, Penerbit Bina Cipta, Bandung, 1977.

- Floyd G. Arpan, Prof.Dr. / Rochady.S. Drs.; *Wartawan Pembina Masyarakat*, Penerbit Bina Cipta, Bandung, 1970.
- Hartati Sukirman, Dra., dkk.; *Penelitian tentang Penyelenggaraan Publikisasi Sekolah pada Sekolah Laboratori IKIP Yogyakarta*, Laporan Penelitian, 1974.
- Ibnoe Sjamsi, Drs.; *Hubungan Masyarakat*, Jilid I dan II, BPA Universitas Gadjah Mada, 1969.
- Oemi Abdurachman, MA; *Dasar-dasar Public Relations*, Penerbit Alumni, Edisi ke 2, Bandung, 1971.
- Onong U. Effendy, MA. Drs.; *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Penerbit Alumni, Bandung, 1981.
- Undang-undang No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers.
- Wonohito, M; *Hubungan Humas dengan Pers*, Surat Kabar Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta, 7 Nopember 1977.